栾城区融媒体中心短视频传播现状及发展对策研究

陈帅戎　季泽羽
（河北传媒学院，河北　石家庄　050000）

摘　要： 自 2018 年 8 月 21 日全国宣传思想工作会议上习近平总书记提出“扎实抓好县级融媒体中心建设”以来，全国各地纷纷开始县级融媒体中心的打造。栾城区作为石家庄的城区之一，同样进行着融媒体中心的建设与打造，目前主要通过短视频这一传播方式进行信息传播。但同时，囿于专业人员不足、精力投入较少等原因，致使短视频的内容传播存在诸多问题。本文通过深入探究其短视频传播问题以及当前优秀案例的分析，基于此提出相应建议，以期促进栾城区融媒体中心更好地建设与发展。

关键词： 县级融媒体；栾城区融媒体中心；短视频；建设路径　　**中图分类号：** G206　　**文献标识码：** A
文章编号： 1671-0134（2021）09-016-04　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.09.004
本文著录格式： 陈帅戎，季泽羽 . 栾城区融媒体中心短视频传播现状及发展对策研究 [J]. 中国传媒科技，2021（09）：16-19.

导语

自 2014 年媒介融合到现在，桥接传统媒体与新兴媒体的纽带已阪上走丸。渠道、平台、媒介等融合都取得良好的态势。随着媒介融合逐步进入深水期，2018 年 8 月 21 日，在全国宣传思想工作会议上，习近平总书记明确指出，要扎实抓好县级融媒体中心建设，更好地引导群众、服务群众。县级融媒体中心的建设与发展本质是对媒体融合深化外延，更是服务和引导基层群众的重要表征。打破固有思维壁垒，融合的方式不再是单一的传统媒介的融合，而是要利用好新媒体平台，把握其优势来做好新时达的发声者。至此，以传媒集团“中央厨房”建设为主要特征的第一阶段，迈入以基层“县级融媒体中心”建设为标志的第二阶段。[1] 县级融媒体作为打通媒介融合的“最后一公里”，其建设无论从政治、经济、社会还是民生层面来讲都具有非常重要的意义。

1. 县级融媒体建设的重要意义

1.1　补齐传媒短板，适应发展趋势

随着科学技术的不断发展，互联网已成为当前极重要的信息传播平台，尽管当前我国媒介融合大环境从总体而言已颇具成效，但“深水区”中尚不明晰的断点、湍流仍然存在。新兴媒体的时代，是一个最好也是一个最坏的时代。媒介技术的变革带给我们一个耳目一新的新环境，根据 CNNIC 数据显示，截至 2020 年 6 月，我国农村网民规模仅有 2.85 亿，不到中国网民总数的三分之一，[2]“触网”人数的稀少使得信息的上传下达出现不通畅的问题，县级融媒体的建设与运作就是为了解决媒介融合攻坚期的这一国家“融合痛点”而提出的。作为区、县、乡村、社区等基层群众的信息集散中心以及服务提供商，县级融媒体的建设既是为了补齐传媒短板的“最后一公里”，也是当前互联网发展的大势所趋，更是国家对基层群众关怀的重要体现。随着县级融媒体建设的完成，传统媒体与新媒介亦将借此完成彻底融合，从最初的“你就是你，我就是我”以及当前过渡期的“你中有我，我中有你”转而迈向“你就是我，我就是你”。从这个角度审视，建立县级融媒体中心，成功的补齐了整个传媒布局的短板，同时也适应了互联网时代媒体转型的发展趋势。[3]

1.2　加速乡村振兴，提升城镇化率

改革开放以来，我国在经济快速发展的同时，城市化进程加快，城乡二元结构愈发突出。[4] 近年来，随着国家的大力投入与建设，基层的发展得到了很大的改观。2018 年 8 月 11 日，国家工信部发布行动计划，到 2020 年我国 98% 的行政村实现光纤通达和 4G 网络覆盖，同时深圳苏州地区开始率先开启 5G 基站的建设。[5] 随着这一行动计划的达成，县级融媒体的建设将具备强大的硬件化动力，从而极大的有利于加速乡村振兴，提升城镇化率，进而推动广大乡村精神脱贫、文明脱贫。[3]2020 年是我国全面建成小康社会的收官之年。打好贫困的歼灭战是今年的重中之重。据国家统计局《中华人民共和国 2019 年国民经济和社会发展统计公报》的数据显示，2019 年末大陆农村户籍人口为 55162 万人，占全国总人口的 39.40%，常住人口城镇化率上探至 60.60%。[6] 尽管形势向好，但我们仍应看到，对比西方发达国家 90% 以上的城镇化率，我国仍有很大的进步空间。此外，全面脱贫并非单纯的物质脱贫，还包含了更高层面的精神脱贫、文明脱贫。互联网普及率作为精神脱贫的重要表现形式，可以在一定程度上反映出我国乡村的现状。相较于 76.4% 的城镇互联网普及率，乡村 52.3% 的数据表明

当前乡村的精神脱贫同样存在发展空间。[2] 县级融媒体的建设就是县级文明建设中不可或缺的一环。

1.3 稳定县域社会，安定县域民心

从整个意识形态层面来看，相对距离较远的县域级层面上的管理和管理机制仍然存在一定的空白和缺失，此类情况的出现在一定程度上不利于民心的稳定和统一，同时可能形成德国社会学家乌尔里希·贝克所说的“风险社会”，增大我国的内生性风险。作为基层传播的重要阵地，县级融媒体具有贴近基层、贴近农民的天然优势，[7] 因此县级融媒体在进行县域社会的信息传播方面最大的优势就是：能讲好地方话，更好的对宣传内容进行二次解读与传播，从而使党的思想理论、方针政策的宣传，能接“地气”、聚“人气”、冒“热气”。[8] 因而，县级融媒体可以作为党的喉舌进行政策类、服务类信息的传递，打通官方与民间的话语通道，起到宋兆宽教授所言的“上挂下联”的作用。建设县级融媒体中心，是稳定县域社会、安定县域民心的重大举措，更是为了更有效、更健康地巩固县域政权，强化党的执政基础，强化执政资源。[3]

2. 县级融媒体建设的基本路径

随着打通媒介融合“最后一公里”口号的提出，自上而下的强力推动使得当前全国各地范围内都开始热情高涨的进行县级融媒体中心的建设，并涌现了诸多成功案例。而在进行划归与总结之后，当前县级融媒体的建设基本以复旦大学朱春阳教授所总结的两种路径为主，分别为“单兵扩散”与“云端共联”。[1]

单兵扩散即县级融媒体直接复制其所属地上级融媒体改革的基本举措进而将其“微缩”以完成自身的本地化改造，例如，浙江长兴县与甘肃玉门县即采用此种方式进行自身县级融媒体的建构。此种建设路径一方面给予地方媒体较大的操作空间，可以在充分考虑自身条件的前提下进行融媒体中心的建设与改造；另一方面可以给尚不明晰自身建设路径的地方媒体以一定的可借鉴性经验，以减少一定的“试错成本”，但需要注意的是，此类县级融媒体中心建设，会因各地资源以及实际情况的不同而存在一定差异，其成功具有一定的不可复制性。

云端共联即通过将县域级媒体介入高层级媒体的“融媒体云”，以在“云端”完成融媒体中心的建构。例如浙江日报报业集团开发的“浙江媒体云”及湖南日报社“中央厨房”，都开通此类功能以供中小型媒体进行云端资源共享。此种建设路径以第一阶段的融媒体建设为基础，有利于技术标准的统一以及各媒体间相互联动进行信息的传播以及舆论的引导，从而更高效的完成县域级的信息服务。

3. 短视频现状及优势探讨

短视频行业自 2017 年起进入白热化发展阶段，据 CNNIC 第 46 次统计数据现实，截至 2020 年 6 月，我国短视频用户规模为 8.18 亿，占网民整体的 87.0%。[2] 大体量受众的持续性接触使得短视频成为当下最为有效的信息传播方式之一。短视频的传播具备以下优点。

3.1 主题可视传播

作为一种高语境文化，中文具有天然的难以理解特性，而县域、乡村级居民又普遍存在文化程度不高、青年群体外流以及老龄化现象严重等问题。较低的文化水平以及缺乏相关人员进行信息的“翻译解读”，使得文字类信息较难进行有效传达。视频以可视化的形式结合口语、文字以及图像的展演方式的综合性传播，相较于单一展现形式的传播更具有可读性和易感性。

3.2 优化传播效率

查尔斯·希尔所提出的“视觉劝服理论”认为：“当视觉建构了某种意向，图像便可获得劝服性的力量，从而增加劝服的权重。”[9] 作为比图像更高等级的传播形式，以视像化形式进行传播的视频无疑具有比图像更高级的劝服效率。而且，短视频可以在碎片化时间进行重复观看，使形象多次出现以反复刺激受众视听感觉的展演形式可以加深公众的理解，以碎片化的传播方式对受众进行穿插性涵化。此外，短视频还可以无视空间障碍进行远距离传播，通过视频生态环境的建构加深公众的理解。

3.3 弥合代际差异

县域以及乡村住民中存在老龄化现象，作为“数字难民”存在的老龄化人口较难接触新媒体时代的信息，且对新媒体设备的使用也存在一定的“认知性障碍”。视频的呈现形式可以通过简单易懂的方式进行一定操作方法、知识信息、新闻内容等的传播，以促进代际鸿沟的弥合。

自 2018 年县级融媒体中心启动打造以来，全国各地的县级融媒体中心都先后在微信、微博、抖音等平台开设账户以进行短视频的传播。以当前最为火热的短视频类 App 抖音为例，现存记录中最早在抖音平台上发布内容的县级融媒体是山西省晋城市陵川县融媒体中心。另外，据统计，全国共有 2000 多个县级融媒体中心，但只有 102 个县级融媒体入住了抖音平台，[10] 总体来说数量不多，账号的注册时间不长，且粉丝活跃度差，无法形成规模性的品牌效应以及传播影响力。

4. 栾城区融媒体中心短视频传播现状

4.1 现状

自 2015 年 11 月掌上栾城微信公众号开通以来，栾城区融媒体中心进行了一系列改革以及融合措施：2017 年 10 月掌上栾城 App 上线；2018 年 4 月，搜狐、网易、大风号、微博、抖音号开通；2019 年 2 月今日头条号开通；2019 年 5 月央视新闻家开通；2019 年 11 月冀云栾城上线。

目前，栾城区融媒体中心拥有掌上栾城公众号、冀云栾城 App 等，自有媒体平台 9 个。2019 年，栾城区融媒体中心被评为石家庄 2019 年度十佳改革创新经验之一。在建构起较为完整的融媒体中心的同时，栾城区融媒体中心还积极探寻媒体融合的内在规律，以融合改革促进媒体创新发展的同时也主动布局短视频业务，打造完善的新媒体矩阵，以最新的形式进行内容传播。从短视频的信息传播及服务层面来看，栾城区融媒体中心进行着如下尝试。

4.1.1 上线专属 App，开通视频频道

2019 年 11 月，“新闻 + 政务 + 服务”为一体的栾城区专属 App 冀云栾城上线，作为掌上栾城的升级版，冀云栾城以更简便的操作，更全面的服务揽聚大批栾城本土用户，其中的视频功能以条块分割的形式展现，内容包括融媒体中心自主录制的新闻信息、电视台信息转播、日常生活类信息科普、公益广告、网络课程等内容，每条视频时长 2 分钟左右。同时，每条视频下方还附加简短的文字介绍。此外，单条视频中还引入评论、转发、收藏以及相关新闻等子功能，丰富 App 功能的同时也方便了用户的日常需求。

4.1.2 开通抖音账号，内容贴近民生

除专属 App 外，栾城区融媒体中心还在抖音平台上开通了“掌上栾城”官方账号，进行本土化日常生活内容的播放。抖音作为当前较为火热的短视频类 App，深受普通用户喜爱，同时具有较强的用户黏性，据腾讯发布的抖音用户研究报告显示：抖音 App 的用户平均打开率为 13.5 天 / 月。[11] 栾城区融媒体中心选择抖音平台作为官方账号的运营地，无疑具有先天的优势，使得账号本身具有了一定的传播能力。

4.2 问题

但同时，栾城区融媒体中心的短视频内容传播仍然存在一定的问题。

4.2.1 视频内容杂糅，分类方式不明

不论是基于本土开发的冀云栾城 App 还是基于抖音平台创建的栾城区官方账号，其中的视频内容都在一定程度上存在内容杂糅的问题：新闻信息、科普信息、公益广告等内容均在同一账号中呈现，且没有特定标签进行内容分类，缺乏垂直度的视频内容无法培养以及建立起用户黏性。此外，两款视频内容的呈现中均缺少查询功能，这在一定程度上影响了用户体验。

4.2.2 呈现形式繁复，优质内容欠缺

当前短视频内容大都以竖屏方式呈现，时长较长内容转而采用横屏方式，而在掌上栾城的官方抖音账号中，竖屏、横屏以及横屏转竖屏等呈现形式均有涉及。混乱的呈现形式必然引起用户对其账号专业程度的质疑。此外，该抖音账号中的短视频内容构图较差，配乐也基本采用软件内置音乐，无法与视频内容进行合理配适，影响用户观感。优质内容的欠缺使得用户关注度以及黏性均有不足，从而导致了融媒体中心的传播力、影响力有所欠缺。据了解，掌上栾城的官方抖音账号仅有 6000 左右的粉丝，单条视频平均点赞量仅为 58。冀云栾城 App 中的视频浏览量同样不高。

4.2.3 专业人员欠缺，制作能力不足

当前栾城区融媒体中心工作人员 60 多人，而在编人员仅有 25 人，其中大部分人员分工不明，进行短视频内容传播的专业人员基本没有。专业人员的缺乏也导致了栾城区融媒体中心短视频制作能力的不足，视频产能供给不够。另外，掌上栾城官方抖音号的短视频内容中还存在镜头晃动、清晰度不足等问题。粗糙的画面质量、匮乏的专业人员制作都在一定程度上导致了短视频内容传播力的不足。

4.2.4 发布数量较少，精力投入不足

自 2018 年 12 月 11 日发布第一条短视频以来，掌上栾城抖音官方账号在一年半的时间中仅发布 66 条短视频，且其中存在一些质量不过关的内容，相较于年生产宣传片约 30 部的数量，短视频内容发布数量明显不足。尽管宣传片内容大多为与企业合作，产生了一定的经济效益，对其重视为“应然”，短视频内容做融媒体中心自身宣传而用，其可以在一定程度上让外界对自身产生更多的了解，优质内容的生产也可以建立起更大的传播力和影响力，因而同样应当重视起短视频内容的建设与生产。

5. 栾城区融媒体中心短视频传播策略

短视频传播符合当前时代发展规律，因而，在未来栾城区融媒体中心的发展中，可以将部分精力向短视频内容的创作与宣发进行“移置”，以更优质内容吸引用户，从而更好的对融媒体中心进行“反哺”。具体可以从以下几点进行落实。

5.1 精确自身定位，精准内容传播

喻国明教授曾提出“宽融合”的概念，他认为“以跨领域、跨行业、超越内容的发展逻辑去建设，努力成为服务于人民群众日常生活的平台型媒体，使人们日常生活的林林总总的需求都能够再次平台上实现，那它在人们生活中的不可或缺性就得以确立”。[12] 作为县级融媒体存在的栾城区融媒体中心也应当将自身定位于服务人民群众日常生活的平台型媒体，以服务型内容的发布为主体，以日常生活、娱乐内容为辅进行精准内容的传播。此外，囿于短视频时长限制，因此在进行相关传播时，必须要做到“主题明确”，不是以往报道常说的“主题突出”，而是主题“单一”。短短几分钟甚至几十秒的内容，必须做到一目了然，一听就懂。[13]

5.2 吸纳专业人员，制作优质内容

作为服务全区 36 万人民的媒体，栾城区融媒体中心人员配置稍显单薄，专业人员的缺乏也在一定程度上造成了其短视频内容质量不高，传播力、影响力不足的现状。因而栾城区融媒体中心应当进行专业从业人员的聘请，从构图、配乐、脚本内容、剪辑等生产全过程进行跟进和策划，着力打造发布优质短视频内容的专业型平台媒体，促进栾城区融媒体中心在本土人民口中的美誉度，形象的提升同时会带来"公信力、影响力、传播力和引导力"的增强。

5.3 重视外部盈利来源，兼顾内部形象打造

国内目前发展较好的县级融媒体中心浙江长兴融媒体中心通过承包外部宣传片制作，一年短视频制作超 100 余部，创造 400 万以上的经济效益。尽管存在一定的地域优势，但栾城区融媒体中心仍可以进行一定的镜鉴。同时，作用于自身内部形象宣传的短视频内容也应当引起重视，良好的自身宣传可以在一定程度上带来外部的宣传片资源，提升自身盈利，进而招聘专业人员进行从业，形成"形象建设—资金吸引—人员聘请"的良性循环。

5.4 借鉴优秀案例，打造自身品牌

浙江长兴融媒体中心于 2011 年开始组建，2018 年年底，将"三个电视频道 + 两个广播频率 + 一份报纸 + 两个网站 + 两微一端"融合成为一家集各类媒体公司、传媒服务公司为一体的县级全媒体传播集团。目前整个融媒体中心共有员工 500 多人，总资产 9 亿元。[14] 在短视频的传播方面，2018 年 9 月 16 日晚受超强台风"山竹"影响，长兴县部分地区发生了小流域山洪。17 日中午，长兴传媒集团编委会立即决定开启直播通道。并在报道过程中，派遣 10 组全媒体记者奔赴现场，通过多种形式进行现场报道。从长兴县融媒体中心这一优秀案例中可得出部分值得参考与借鉴的成功原因，以供栾城区融媒体中心参考。

结语

石家庄承担着重要的信息宣传与意识引导作用，栾城区融媒体中心作为石家庄媒体中的重要组成部分，同样在其中起着举足轻重的作用，如何更好地打造县域级的融媒体中心，并通过短视频这一当前最为流行且有效的传播方式，最好的发挥其信息上下通达、服务提供以及意识引导等作用，仍需栾城区融媒体中心进行更多的探索。媒

参考文献

[1] 朱春阳，曾培伦 ."单兵扩散"与"云端共联"：县级融媒体中心建设的基本路径比较分析 [J]. 新闻与写作，2018（12）：25−31.

[2].CNNIC 发布第 46 次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 互联网天地，2020（10）：6−7.

[3] 方提，尹韵公 . 论县级融媒体中心建设的重大意义与实现路径 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2019（4）：11−14.

[4] 陈玥，王施施 . 乡村振兴战略背景下的县级融媒体中心发展研究 [J]. 视听界，2020（3）：34−38.

[5] 李方 . 上半年我国信息消费持续扩大计划到 2020 年规模达 6 万亿 [N]. 经济日报，2018−10−04.

[6]. 中华人民共和国 2019 年国民经济和社会发展统计公报 [J]. 中国统计，2020（3）：8−22.

[7] 单文盛，宋颖，杨杨 . 乡村振兴战略下的县级融媒体研究 [J]. 传媒观察，2020（6）：48−52.

[8] 印兴娣，李培 . 县级融媒体助力乡村振兴的策略分析 [J]. 传媒观察，2020（6）：53−60.

[9] 李畅，万婷 . 人类命运共同体思想对外传播的视像化建构理路研究 [J]. 新闻界，2019（8）：88−94.

[10] 王珑洁 . 县级融媒体短视频的困境与出路探析——以抖音短视频 APP 为例 [J]. 传播与版权，2020（8）：125−127.

[11] 腾讯 . 抖音用户研究报告 [R]. 深圳：腾讯计算机系统有限公司，2019

[12] 喻国明 . 今天的媒介融合应当怎么做——从互联网时代的常识到新传播格局的大势 [J]. 教育传媒研究，2019(4)：7−9.

[13] 祝林东 . 县级融媒体如何做好短微视频 [N]. 长治日报，2019−11−13（7）.

[14] 蔡旻俊 . 长兴传媒集团：内容引领县级媒体融合新模式 [J]. 中国新闻传播研究，2019（2）：153−169.

作者简介：陈帅戎（1995−），男，山西忻州，硕士研究生，研究方向：新媒体视频创意与制作；季泽羽（1993−）男，江苏苏州，硕士研究生，研究方向：县级融媒体服务传播。

（责任编辑：李净）